



**ANALISIS MODEL KOMUNIKASI PADA KAMPANYE  
BERTEMA *FASHION* BERKELANJUTAN DI INSTAGRAM**

(Studi Deskriptif Sub-Kampanye Mulai Dari Lemari)

**SKRIPSI**

Orissa Raihandiva

2016041059

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA  
TANGERANG SELATAN

2021